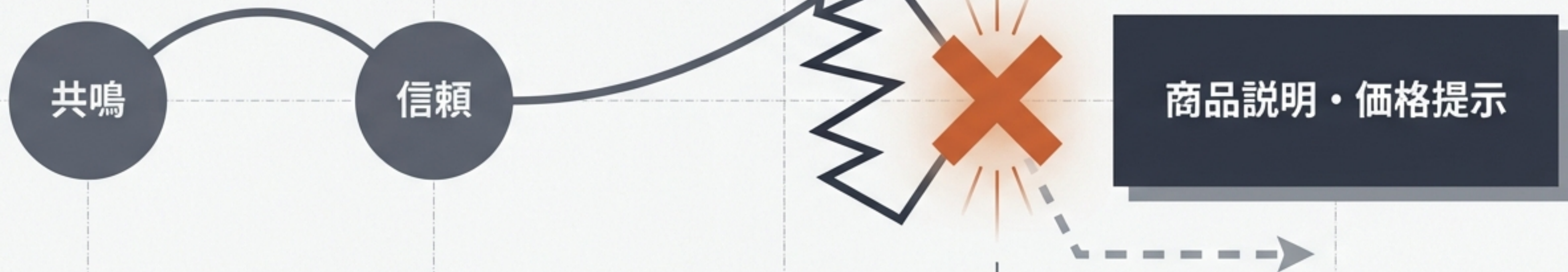


中川式営業の教科書 第五回

提案構成の設計

「説得」を捨て、「自然に決まる構造」を創る



なぜ提案は「持ち帰り検討」で止まるのか？

多くの営業は、信頼が芽生えた直後に「商品説明と価格」へ飛躍し、相手の思考を停止させています。

従来の提案の失敗要因：

- **飛躍**: 対話の文脈を無視した一方的なプレゼン
- **圧迫**: 「説得」の匂いが信頼を破壊する
- **停止**: 早すぎる価格提示が「高い/安い」の二択を生む

パラダイムシフト：「説得」から「理解の結晶化」へ

比較軸

従来型の提案（押し売り型）

中川式の提案（構造設計型）

目的

相手を説得し、勝つこと

相手の未来像を図式化し、
理解を結晶化すること

素材

自社商品のスペック・特徴

対話で生まれた「相手の言葉」と「因果網」

決定

押し切る、決めさせる

整える、自然に決まる（理解の完成）



提案とは「因果網の編集作業」である

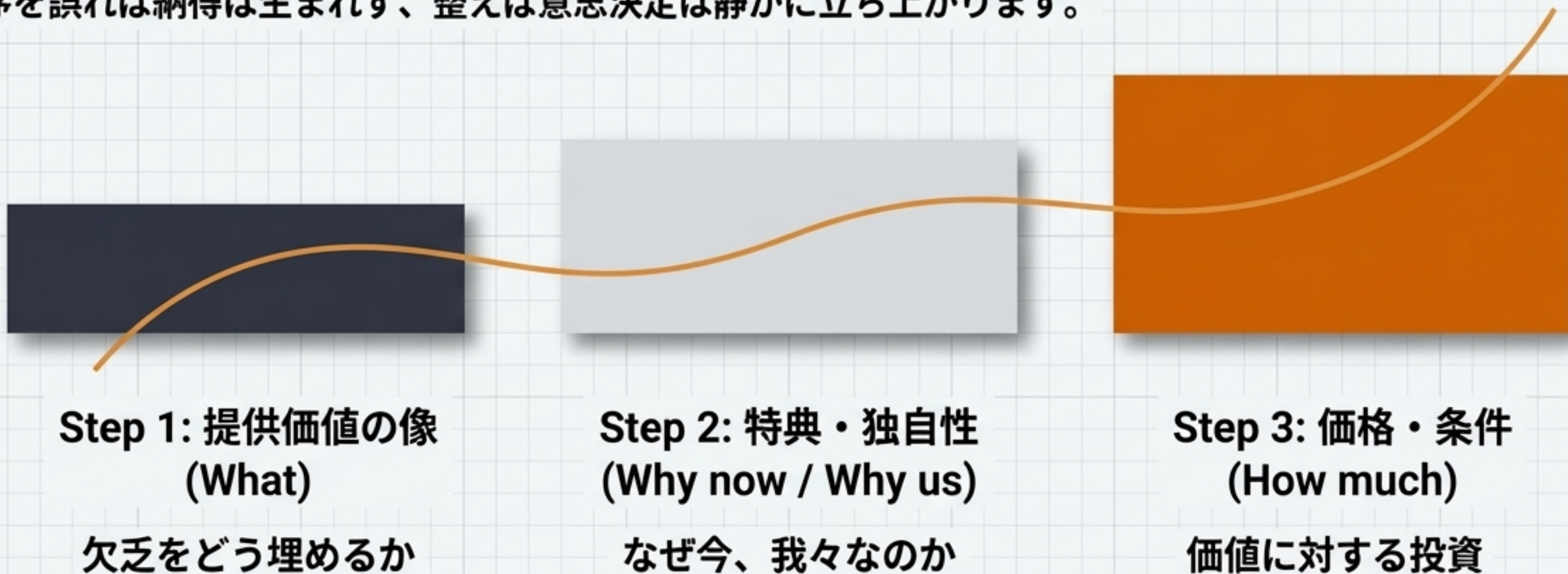
中川式営業において、提案は相手に選択を強制するものではありません。

事前の対話で得た相手の欠乏や未来像の因果網を整理し、「必然の道筋」として描き直す作業です。

提案書は「説得のための武器」ではなく、「決めさせず、決まる構造」を支える土台として機能します。

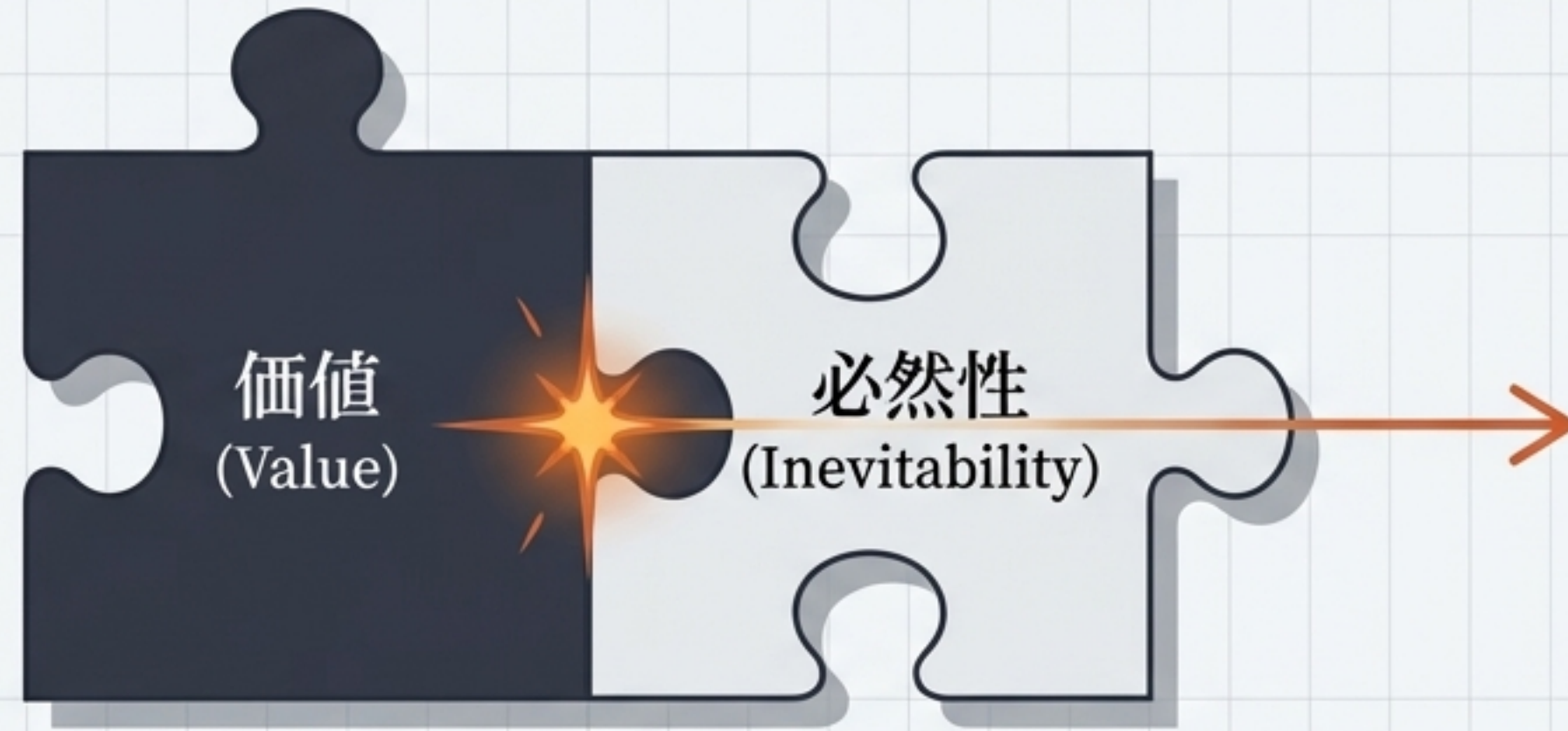
納得の順序設計（ドミノ型構成）

提案の成否は「言葉」ではなく「順番」で決まります。
順序を誤れば納得は生まれず、整えば意思決定は静かに立ち上がります。



絶対原則: この順番は決して変えてはならない。

Step 1 & 2: 「価値」と「必然」の構築

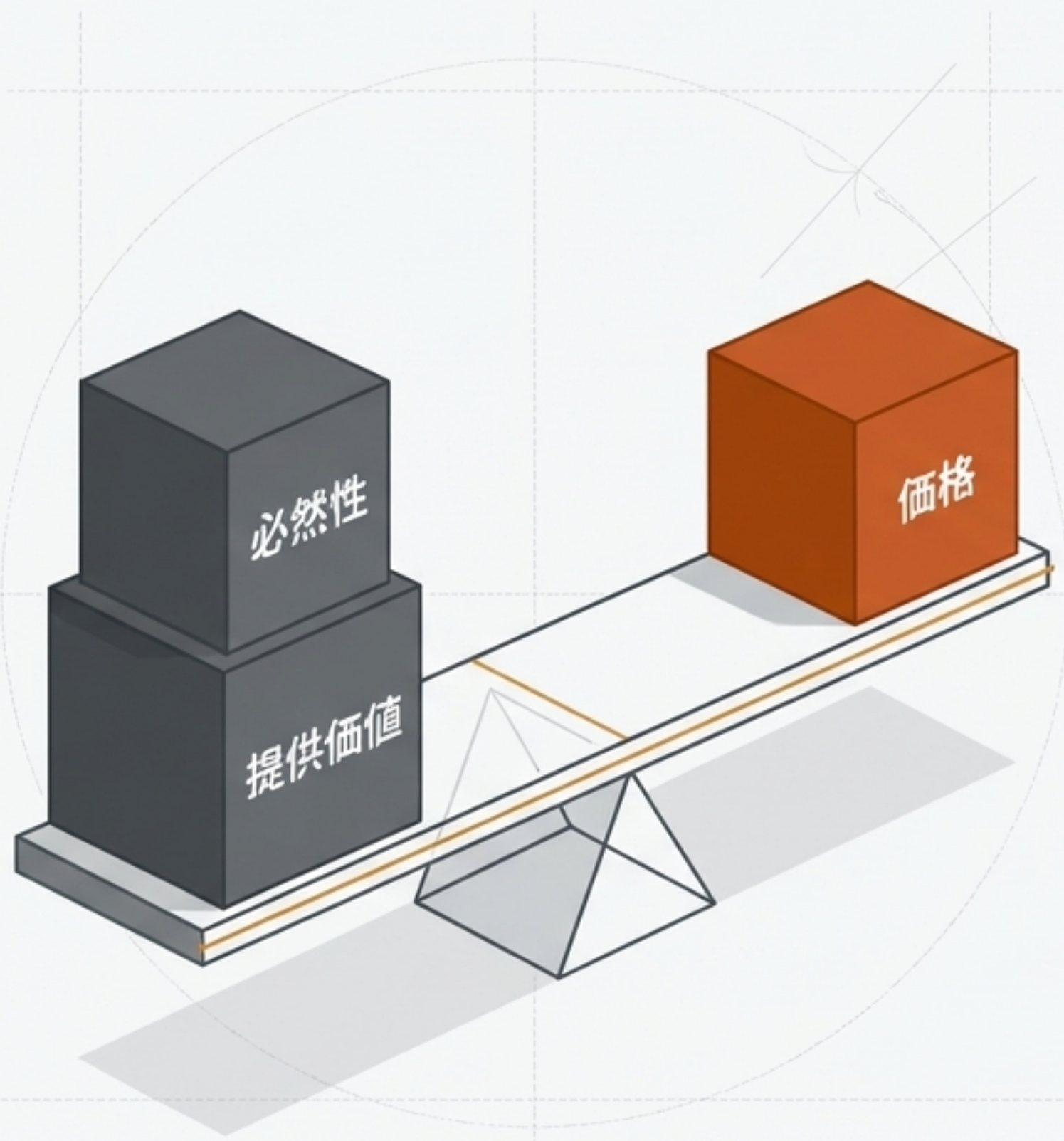


1. 提供価値の像 (What)

- 顧客が最も知りたいのは「この提案が自分たちの欠乏をどう埋めるか」です。
- 具体的な全体像を描き、この段階では価格や条件には一切触れません。

2. 特典・独自性 (Why now / Why us)

- タイミング: 市場環境や制度変化など「今動くべき理由」
- 独自性: 他社では得られない視点や支援
- これらが示されることで、相手の中に「この提案は不可欠である」という認識が生まれます。



Step 3: 価格提示の相転移

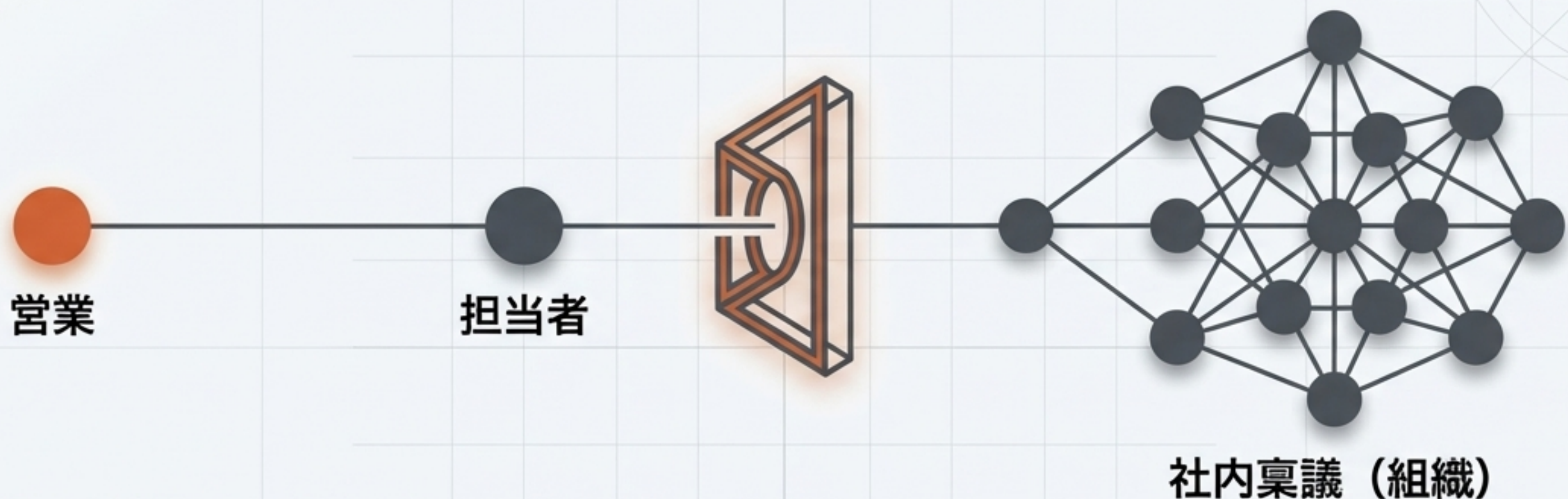
なぜ、価格は最後に提示すべきなのか？

価値と必然性が事前に入力されていることで、
価格は「高い／安い」の単純な二択から、
「この価値をどう受け止めるか」という問い
へと性質を変えます。（相転移）

価格を先に置けば思考は停止します。

「価格以上の価値」が像を結んだ後に初めて、
対価は意味を持ちます。

B2Bの壁：「社内稟議」への構造翻訳



提案は、目の前の担当者一人を納得させるだけでは決まりません。
最終的な成否は、担当者が「社内で再説明できるかどうか」にかかっています。
営業の責任は、提案の文脈を組織の共通言語へと「翻訳」し、担当者が社内で共に
理解を拡張できる状態を先回りで整えることです。

稟議翻訳の3要素（共通言語）

顧客担当者の口から社内へ語らせるべき3つの柱を、資料に抜粋して用意します。

組織の意思決定



1. 目的適合

この提案は、自社の方針・目標・戦略とどう繋がっているか？



2. 工数負荷

現場での実行負担はどの程度か？現実的に回せるのか？



3. 回収可能性

費用に対して、どの程度の効果（ROI）が論理的に見込めるか？

提案を壊す3つの「禁じ手」

いくら順序を整えても、これらを行えば「説得の匂い」が漂い、提案の構造は崩壊します。



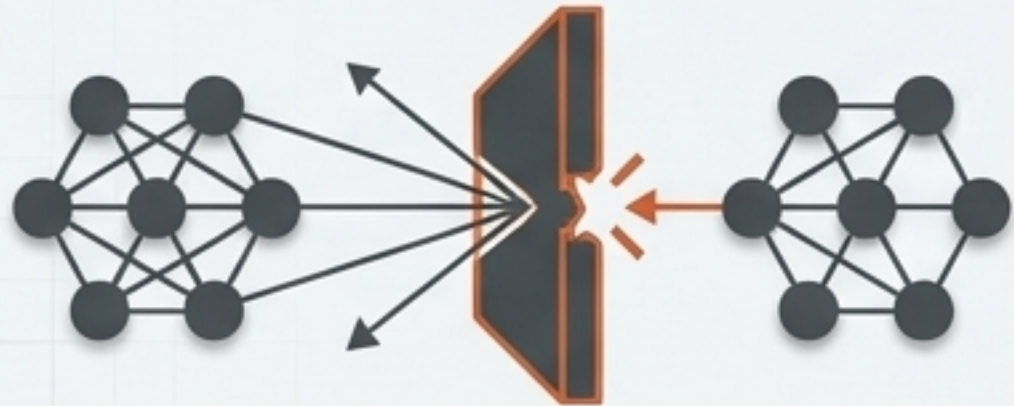
1. スライド過多・情報過剰

情報量の洪水は、相手の意思決定を麻痺させます。



2. 圧迫表現の使用

「おすすめ」「今だけ」等の言葉を使った瞬間、信頼は崩れます。

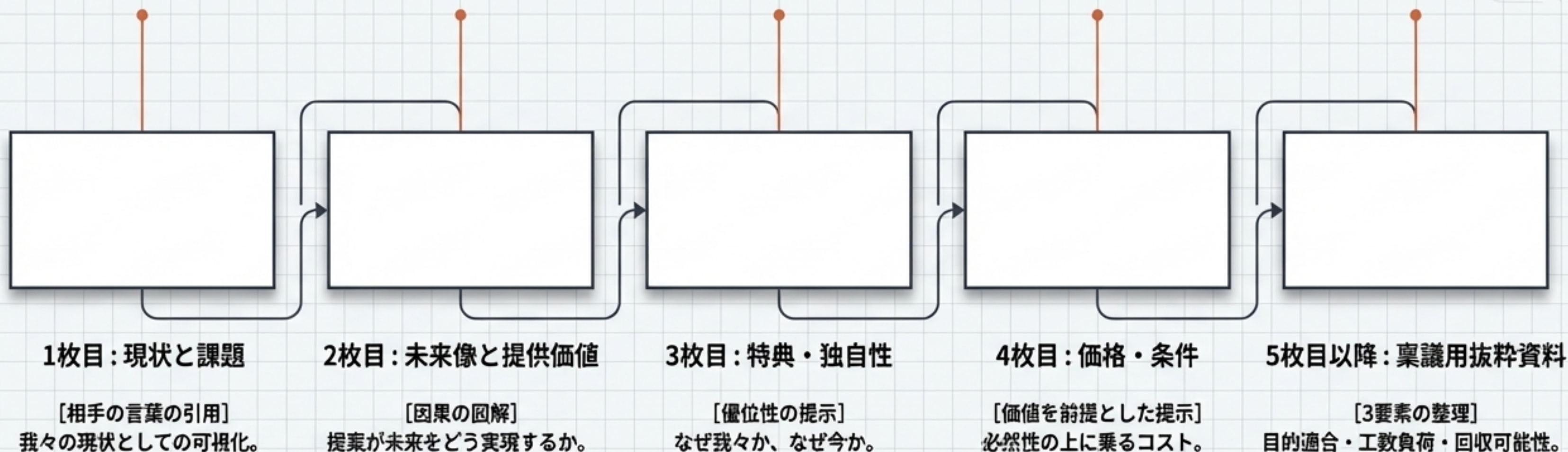


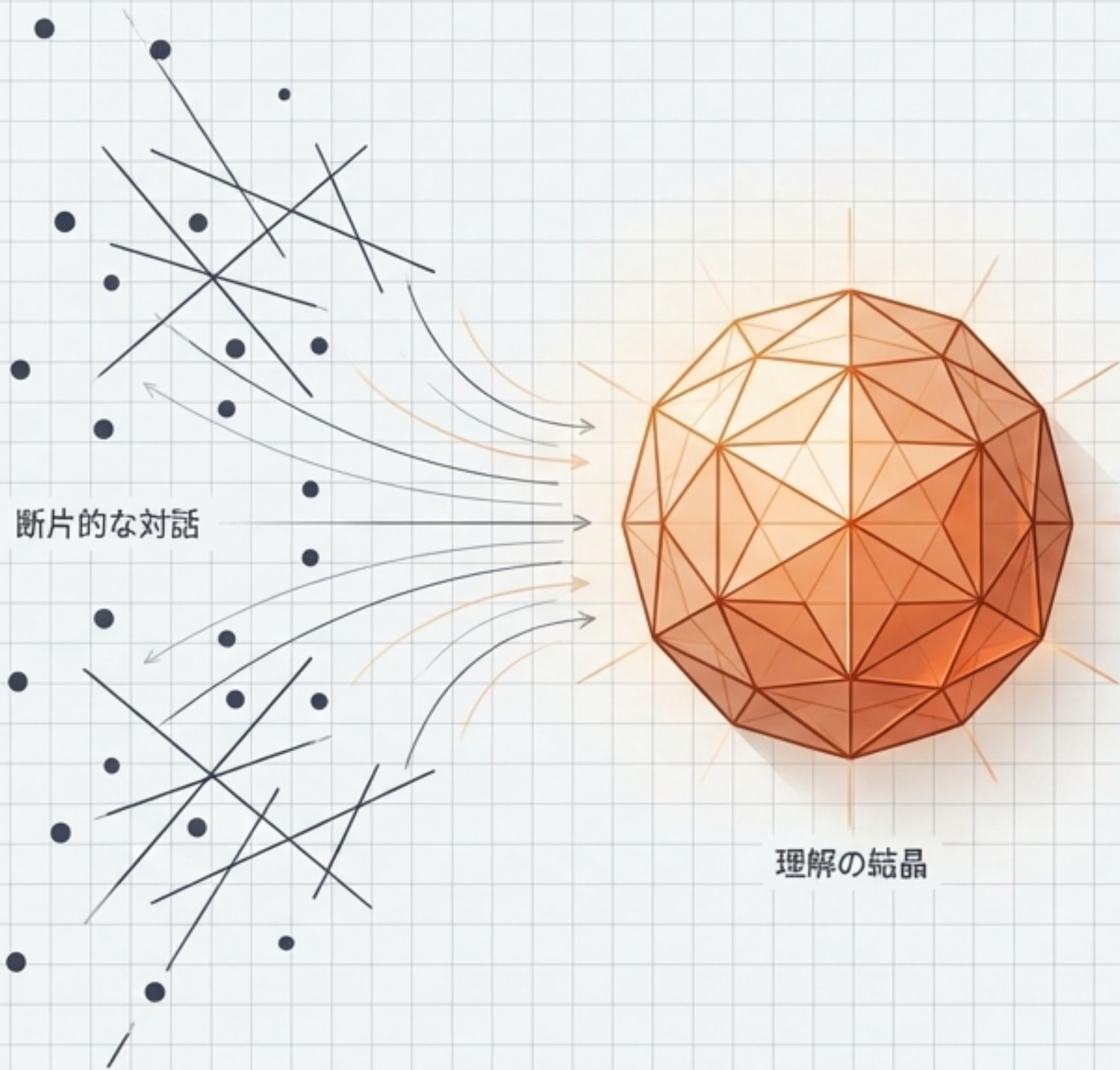
3. 相手の言葉の無視

対話（共鳴）の言葉を使わず、一方的な説明に戻れば、「外から押し付けられたもの」と認識されます。

実務プレイブック：中川式・提案書5枚の解剖図

シンプルでありながら「社内で再説明できる」黄金フォーマット。





統合：理解の結晶としての提案

提案は「最後の売り込み」ではありません。

事前の共鳴と理解を整理し、未来を可視化する構造化行為です。

説得ではなく、納得が自然に起こる設計。営業は押すのではなく、整える。

結果として、顧客は「選ばされた」のではなく「自分で選んだ」と語ります。

この瞬間こそ、営業が未来へ導く「構造化設計者」であることが証明されるのです。

Source & Context

本スライドは「中川マスターの灯火構想と構造論 公式アーカイブ」の理論に基づき構成されています。

出典：中川式営業の教科書・第五回（提案構成の設計）

関連理論：構造的無為自然 / 照応操作力 / NCL- α

さらに深い「構造的営業」の実践と哲学については、公式アーカイブをご参照ください。



<https://master.ricette.jp/theory/nakagawa-master-nakagawa-sales-05-proposal-structure/>